

ANALISIS PERBANDINGAN ANTARA *RED OCEAN STRATEGY* VERSUS *BLUE OCEAN STRATEGY* TERHADAP *COFFEE SHOP* DI YOGYAKARTA

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Fennika Ayu Lestari

NPM: 120319828

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA,

YOGYAKARTA

OKTOBER 2016

Skripsi

**ANALISIS PERBANDINGAN ANTARA *RED OCEAN STRATEGY* VERSUS
BLUE OCEAN STRATEGY TERHADAP *COFFEE SHOP* DI YOGYAKARTA**

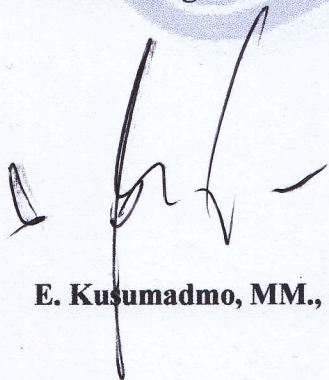
Disusun oleh:

Fennika Ayu Lestari

NPM: 120319828

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



E. Kusumadmo, MM., Ph.D

Tanggal 9 September 2016

Skripsi

ANALISIS PERBANDINGAN ANTARA *RED OCEAN STRATEGY* VERSUS *BLUE OCEAN STRATEGY* TERHADAP *COFFEE SHOP* DI YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

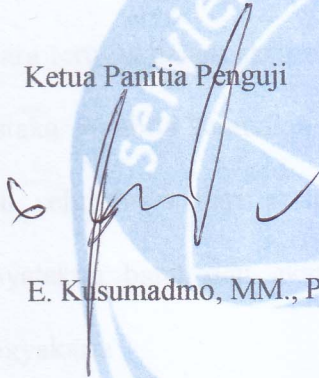
Fennika Ayu Lestari

NPM : 12 03 19828

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal 11 Oktober 2016 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

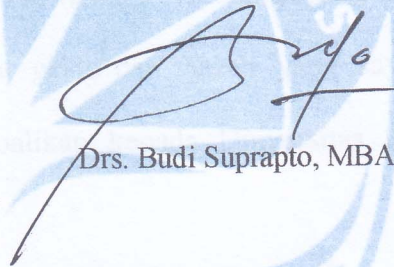
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

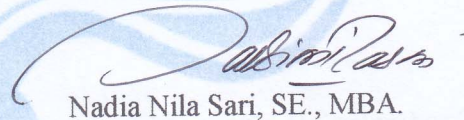


E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 11 Oktober 2016
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D.

PERNYATAAN


Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Analisis Perbandingan *Red Ocean Strategy* versus *Blue Ocean Strategy* terhadap *Coffee Shop* di Yogyakarta”

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam bentuk catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 9 September 2016

Yang menyatakan



Fennika Ayu Lestari

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan kekuatan, berkat yang tak berkesudahan, kesehatan, kasih dan sayang yang begitu melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Analisis Perbandingan antara *Red Ocean Strategy* versus *Blue Ocean Strategy* terhadap *Coffee Shop* di Yogyakarta”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Jurusan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan pada skripsi ini tidak lepas dari adanya campur tangan pihak lain. Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberi dukungan baik secara finansial, *support*, nasehat, dan doa. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Papa dan Mama yang selalu menasehati penulis untuk jangan mengeluh dan terus berjuang.
2. Bapak E. Kusumadmo, MM., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing, mentransferkan ilmu, memberikan arahan, menasehati penulis sebelum dan sesudah penulisan skripsi. Terima kasih Pak, semua arahan dan nasehat Bapak membuat saya menjadi lebih baik.

3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D. dan Bu Nadia Nila Sari, SE., MBA, terima kasih karena kesedian Bapak dan Ibu dalam menguji dan telah banyak mengajar penulis.
4. Yoan Nita Gunawan yang telah menjerumuskan dan mengajarkan penulis tentang menariknya *Blue Ocean Strategy*. Ci, *I'm so lucky and so grateful to know you*. Terima kasih atas bantuan cici, bimbingan cici dalam skripsi ini, tukar pikirannya, tukar ide makan, cerita lucu, lembur bareng, dan penulis akan selalu ingat semua ilmu strategik yang kamu ceritakan, serta masih banyak hal yang tidak bisa dijabarkan. Berkatmu, penulis menjadi lebih baik dari sebelumnya
5. Para *Owner* dan manajer *Coffee shop* Mas Pepeng, Mbak Vivi, Mbak Atika, Mbak Phita, Mas Mahesa, Mas Randy Ci Katarina, Mbak Andres, serta jajarannya yang bersedia penulis melakukan penelitian dan *interview*.
6. Ko nan dan Edo yang selalu *support* penulis finansial dan moril.
7. Bang Syarif M. Helmi, S.E, M.Ak.ak dan Ce Susan Andriana, S.E., M.M, Ak., CA yang mengajarkan penulis mengenai metodeologi penelitian serta menasehati penulis.
8. Meme, Ronald, Youngky dan teman – teman kelas K dari awal semester sampai sekarang.
9. Teman – teman kos Oyin, Ci Nita, Mercek, Dea, dan Irene, makasih kalian selalu *support* penulis, mendoakan, dan menasehati penulis.
10. Teman – teman KKN 68 kelompok 45 Sendat Regina, Abang Adi, Nova, Ryan, Alan, Eko, Hanet dan Pipin yang selalu mendengarkan keluhan kesah

penulis dan selalu menghibur penulis. Teman - teman di Pontianak yang mendoakan dan mensupport. Teman – teman ngopi dari geng Kebun Sawi Jakal, Frans dan Mbak Dewi.

11. Staf Karyawan Dunkin Donuts yang selalu menemani lembur sampai pagi dan tidak tidur. Masa – masa lembur itu akan kukenang mbak dan mas.
12. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan kontribusi berupa dorongan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan harapan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Untuk itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 9 September 2016

Fennika Ayu Lestari

MOTO & PERSEMBAHAN

“COME UNTO ME , ALL YE THAT LABOUR AND ARE HEAVY LADEN, AND I WILL GIVE YOU REST” – **MATTHEW 11 : 28** –

“Small things often become the most ignorance factor, but it often becomes the most important that most people forgotten about”-YNG-

“Sometimes it is the people no one imagines anything of who do the things no one can imagine” – **Alan Turing**

“Results are obtained by exploiting opportunities, not by solving problems. ” – **Peter F. Drucker** –

~ *Obadiah 1:1-21* ~

~ *1 Peter 5:7* ~

This thesis, I dedicated to

- *Jesus Christ, Mother Marry, St. Euphrasia & St. Joanne*
 - *My mom, dad , brothers and nephews*
 - *Mr. E.Kusumadmo, M.M, Ph.D*
 - *To all freinds who support me*
- *My Almamater “Universitas Atma Jaya Yogyakarta”*

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTO &PERSEMBAHAN SKRIPSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Penelitian Terdahulu	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Strategi	9

HALAMAN

2.1.1. Definisi Strategi	9
2.2. <i>Blue Ocean Strategy</i>	11
2.2.1. Ruang Pasar Baru	11
2.2.2. Penciptaan Tiada Henti Samudra Biru.....	11
2.2.3. Inovasi Nilai: Batu – Pijak Strategi Samudra Biru	12
2.2.4. Inovasi Nilai – Pandangan Rekonstruksionis tentang Strategi	15
2.2.5. Kerangka Kerja dan Alat Analisis.....	16
2.2.6. Kanvas Strategi	17
2.3. Langkah-langkah untuk Mewujudkan <i>Blue Ocean Strategy</i>	18
2.3.1. Merekonstruksi Batasan-Batasan Pasar.....	20
2.3.2. Fokus pada Gambaran Besar, Bukan pada Angka	24
2.3.3. Menjangkau Melampaui Permintaan yang Ada	27
2.3.4. Menjalankan rangkaian Strategis Secara Benar	29
2.4. Dampak Penciptaan Samudra Biru	30
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Fokus Penelitian.....	31
3.2. Desain Penelitian	31
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	32
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5. Jenis Data dan Sumber Data	35

HALAMAN

3.6. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1. Triangulasi.....	36
3.6.1.1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>)	37
3.6.1.2. Observasi.....	38
3.6.1.3. Dokumentasi.....	38
3.7. Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1. Kanvas Strategi	39
3.7.2. Skema ERRC (<i>Eliminate, Reduce, Raise, Create</i>).....	40
3.7.3. Menjalankan Rangkaian Strategis Secara Benar.....	41
BAB IV: ANALISIS DATA	43
4.1. Profil Perusahaan.....	43
4.1.1. Indische Koffie.....	43
4.1.1.1. Profil.....	43
4.1.1.2. Sejarah.....	43
4.1.1.3. Struktur Organisasi	44
4.1.1.4. Kultur.....	46
4.1.1.5. Sumber Dana	46
4.1.2. Singgah Coffee & Books	47
4.1.2.1. Profil	47
4.1.2.2. Sejarah.....	48
4.1.2.3. Struktur Organisasi	49
4.1.2.4. Kultur.....	50

HALAMAN

4.1.2.5. Sumber Dana	50
4.1.3. Klinik Kopi	52
4.1.3.1. Profil	52
4.1.3.2. Sejarah	53
4.1.3.3. Struktur Organisasi	54
4.1.3.4. Kultur	55
4.1.3.5. Sumber Dana	56
4.1.4. Indie Cology	57
4.1.4.1. Profil	57
4.1.4.2. Sejarah	58
4.1.4.3. Struktur Organisasi	58
4.1.4.4. Kultur	59
4.1.4.5. Sumber Dana	60
4.1.5. Hestek Kopi	61
4.1.5.1. Profil	61
4.1.5.2. Sejarah	62
4.1.5.3. Struktur Organisasi	62
4.1.5.4. Kultur	64
4.1.5.5. Sumber Dana	64
4.1.6. Coffee No. 27	65
4.1.6.1. Profil	65
4.1.6.2. Sejarah	65

HALAMAN

4.1.6.3. Struktur Organisasi	66
4.1.6.4. Kultur.....	67
4.1.6.5. Sumber Dana	67
4.2 Analisis Data	68
4.2.1 Pengumpulan Data.....	68
4.2.2 Profil Partisipan dan Lamanya Wawancara	69
4.2.3 Observasi Lapangan	70
4.3. Alat Analisis	72
4.3.1 Kanvas Strategi dan ERRC.....	72
<i>(Eliminate, Reduce, Raise, Create) Coffee shop</i>	
4.3.2 Indeks Ide Samudra Biru (Blue Ocean Idea/BOI).....	80
BAB V : KESIMPULAN	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Temuan Penelitian	87
5.3. Saran.....	88
5.4. Kelemahan Penelitian	88
5.5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR LAMPIRAN

	HALAMAN
LAMPIRAN 1	94
LAMPIRAN 2	95
LAMPIRAN 3	137
LAMPIRAN 4	148
LAMPIRAN 5	152
LAMPIRAN 6	164

DAFTAR TABEL

HALAMAN

2.1 Perbedaan antara Strategi Samudra Merah dan Strategi Samudra Biru	14
2.2 Enam Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	19
2.3 Dari kompetisi Gontok-Gontokan menuju Penciptaan Samudra Biru	23
2.4 Empat Langkah dalam Memvisualakan Strategi	25
3.1 Daftar Nama Subjek/Informan	33
3.2 Skema ERRC (<i>Eliminate, Reduce, Raise, Create</i>)	41
3.3 Indeks Ide Samudra Biru (BOI)	42
4.1 Profil Partisipan dan Waktu Wawancara	69
4.2 Daftar Observasi Lapangan	70
4.3 ERRC Grid Seluruh <i>Coffee shop</i> yang menjadi Objek dari Penelitian	73
4.4 Indeks Ide Strategi Samudra Biru <i>Coffee Shop</i> di Yogyakarta	80
4.5 Perbandingan antara 6 <i>coffee shop</i> yang menunjukkan posisi <i>coffee shop</i>	84

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

2.1 Inovasi Nilai	13
2.2 Kerangka kerja empat langkah.....	16
2.3 Tiga tingkatan non konsumen	28
2.4 Dampak penciptaan samudra biru terhadap laba dan pertumbuhan	30
3.1 Peta <i>coffee shop</i> di yogyakarta.....	34
3.2 Skema tirangulasi sumber.....	37
3.3 Kanvas strategi <i>yellow tail</i>	39
4.1 Struktur organisasi – Indische Koffie	44
4.2Struktur organisasi – Singgah <i>Coffee & Books</i>	49
4.3Struktur organisasi – Klinik Kopi.....	54
4.4Struktur organisasi – Indie Cology.....	58
4.5Struktur organisasi – Hestek Kopi.....	62
4.6Struktur organisasi – <i>Coffee No.27</i>	66
4.7 Kanvas strategi <i>coffee shop</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Objek Penelitian

Lampiran 2. Hasil Wawancara

Lampiran 3. Suasana *Coffee shop*

Lampiran 4. *Brewing tools*

Lampiran 5. Daftar menu

Lampiran 6. Surat Keterangan *Coffee Shop*



**ANALISIS PERBANDINGAN ANTARA *RED OCEAN STRATEGY*
VERSUS *BLUE OCEAN STRATEGY* TERHADAP *COFFEE SHOP* DI
YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Fennika Ayu Lestari

NPM: 12 03 19828

Pembimbing

E. Kusumadmo, M.M, Ph.D

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya perbedaan antara penerapan *red ocean strategy* dan *blue ocean strategy* pada perusahaan-perusahaan *Coffee shop* di Yogyakarta dengan melakukan analisis berupa *ERRC grid* (Skema hapuskan-kurangkan-tingkatkan-ciptakan), kanvas strategi, dan *blue ocean idea index* (indeks ide samudra biru).

Metode kualitatif dengan studi eksploratif yang dilakukan untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi masa lampau dan saat ini, fenomena-fenomena yang terjadi di industri *coffee shop*, serta berbagai kajian-kajian yang terkait. Objek yang terdapat di dalam penelitian ini adalah 6 *Coffee shop* di Yogyakarta, yang terdiri dari 2 kategori *Red Ocean Strategy* Indische Koffie dan Hestek Kopi, dan 4 kategori *Blue Ocean Strategy* yang terdiri dari *Singgah Coffee & Books*; Klinik Kopi; Indie Cology dan *Coffee No. 27*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis perbandingan strategi antara *red ocean* dan *blue ocean* dapat dilihat dengan melakukan *ERRC grid*, kanvas strategi dan *Blue Ocean Idea*.

Kata Kunci: *ERRC grid*, Kanvas Strategi, *Blue Ocean Idea*, *Blue Ocean Strategy*, *Red Ocean Strategy*, *Coffee Shop*.